

сходства полнометражного (продолжительного по времени) телеочерка и документального фильма, ввиду чего авторы прибегают к безошибочному, более общему обозначению очерка как документального фильма.

2. Еще одним аргументом в пользу привлекательности данного жанра выступает и тот факт, что журналисты создают целые циклы, не ограничиваясь единичными материалами.
3. В качестве общих черт современных циклов можно выделить:
  - общность тематики (предмета обсуждения), стилистики (вопросов и аудио- и видеооформления) и концепции (основной мысли);
  - принадлежность к одной из разновидностей цикла, а именно очерки о разных людях; очерки об одном человеке, очерки о разных людях, смонтированные в один фильм;
  - неординарный герой (творческая личность, долгожитель и др.).

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Анохин А. И. Жанровые особенности телевизионного очерка // Вестник ЧГУ. Серия Литературоведение. – 2012. – № 1. – С. 272–276.
2. Гвоздева Е. В. Феномен телевидения: социологический аспект // Современные гуманитарные исследования. – 2015. – № 1. – С. 102–105.
3. Оганесова Ю. А. Теледокументалистика как формат современной программы эфирного и медиаконтента // Вестник ВГУ. – 2012. – № 2. – С. 198–200.
4. Тertyчный А. А. Жанры периодической печати. – Москва, 2000.

**М. Е. Духан**

### **МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ СРЕДСТВА ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ**

Мультимедийные технологии – это средства предоставления информации с помощью объединения множества воспринимаемых человеком сред (аудиальное, визуальное и кинестетическое воздействие), управляемых интерактивным программным обеспечением [6]. Если для всех других способов коммуникации существует свой специфический язык (изображение, речь, письменный язык), то суть мультимедиа языка как раз состоит в сочетании различных языков [4; с. 18]. Мультимедийные технологии используются в разных видах СМИ, но наилучшие перспективы наблюдаются в области интернет-журналистики.

В целом мультимедийный контент интернет-СМИ отличается следующими чертами: модульность, интерактивность, гипертекстуальность, неиерархичность, комбинация целого ряда знаковых систем для комплексного воздействия на пользователя [5; с. 101]. Кроме того, мы выделили четыре общности мультимедийных средств, которые используются в современной интернет-журналистике: базовые элементы, синтетические формы, игровые формы, мультимедийные проекты.

К базовым элементам мы отнесли:

1. изображения: фото, иллюстрация, графика, карикатура, анимация, слайд-шоу;
2. видео (видеоиллюстрации, видеоматериалы традиционных жанров ТВ журналистики);

3. аудио (подкасты, аудиоиллюстрации, аудиотекст, аудиослайд-шоу, аудио традиционных жанров радио журналистики);
4. инфографика (графическое представление данных).

Специфика использования данных элементов – в их равноправии. То есть, они чередуются с текстом не только для привлечения внимания, но и несут информацию. В процессе мультимедийного сторителлинга создается единый текст из мультимедийных элементов.

Лучше всего это иллюстрируют лонгриды – подробный обзор по теме, содержащий помимо текста различные мультимедийные элементы: фото, видео, инфографику [1]. Первый лонгрид был создан газетой «The New York Times» в 2012 году и назывался «Snowfall: The Avalanche at Tunnel Creek» («Снегопад: лавина в проходе Крик»). Как отмечают исследователи, текст выступал как стержневой элемент, мультимедийные элементы (изображения, видео, аудио) двигались с разной скоростью, что создавало ощущение объема. Лонгрид был нацелен на передачу впечатлений, эмоциональное вовлечение и создание эффекта присутствия [3; с. 181]. Ранее лонгрид использовался исключительно в презентациях и компьютерных играх.

Сейчас этот жанр активно развивается в России. Свои лонгриды предлагают такие федеральные издания, как «Коммерсант» («Земля отчуждения», «Приразломная жизнь»). В Свердловской области подобные материалы готовят журналисты информационного портала «Е1» («Элитные советские парадные», «Екатеринбург под надзором»).

Вторую группу мультимедийных средств мы назвали синтетические формы, поскольку они сочетают несколько базовых элементов. К этой общности относятся мультискрипт и интерактивное видео.

Мультискрипт, состоящий из содержания (главных тезисов), стенограммы и видеоплеера, упрощает восприятие объемной и сложной информации. Примеры можно найти на портале «РИА Новости». Материал «Разговор с Владимиром Путиным», размещенный 15 декабря 2011 года, представляет собой полный текст десятого разговора россиян с Президентом России в виде мультискрипта. Рядом с окном видеозаписи расположены колонки текста и содержание. Все три составляющие связаны внутренними гиперссылками.

Интерактивное видео содержит гиперссылки в виде текста, иконок и других элементов. По этим ссылкам можно переходить как на внешние, по отношению к сайту, ресурсы, так и на внутренние. Редакция «РИА Новостей» начала производство подобного контента еще в 2012 году. «Интерактивное видео добавляет нашей работе творчества. Корреспонденты, монтажеры, редакторы фантазируют, придумывают интересные сценарии нелинейного рассказа истории, экспериментируют с монтажом. Мы уверены, что возможности, которые открывает эта технология, привлечет к нам творческих людей, которые давно хотели попробовать себя в новых формах подачи своего авторского материала» [7].

Примером интерактивного видео служит материал «Самые важные события 2015 года в интерактивном видеоформате». В самом начале предлагается

выбрать, какое событие вас интересует. Далее воспроизводится материал, по ходу которого появляются кнопки. Каждая из них предлагает перейти на более подробную информацию. При этом кнопки сменяют друг друга и появляются в разных местах.

В некоторых современных видеоматериалах возможно передвигаться внутри контента или прокручивать его на 360 градусов. «Russia Today» использовало подобное в своей публикации от 11 августа 2015 года, где представила видео с обзором в 360 градусов с места боев в Алеппо.

Третья группа мультимедийных средств – это игровые формы. В последние несколько лет в интернет-СМИ стали популярны мультимедийные элементы с игровым сюжетом, требующие взаимодействия с аудиторией. Журналист уже в исходном материале, самом событии выявляет игровую составляющую, а затем через мультимедийный текст играет с аудиторией, одновременно выполняя свои профессиональные функции [2]. К этой общности относятся тесты, пазлы, флеш-игры.

Первопроходцем в игровых коммуникациях исследователи называют «Esquire Russia». В августе 2012 года редакция предложила новый игровой формат подачи новостей: из заголовков заметок российских СМИ создавались стихи. В 2013 году была запущена игра «Новостные войны» в стиле фильма «Звездные войны» [2].

В настоящее время игровые элементы активно использует информационный портал «Медуза». Во-первых, читателям предлагают пройти тесты. Во-вторых, на сайте есть отдельный раздел с флеш-играми, которые выполняют несколько функций: привлечение аудитории, удобное преподнесение информационных поводов («Мат или нет мата? Шахматная игра «Медузы»», «Выключи телефон, пока он не взорвался! Актуальная версия игры «Сапер»»), реклама («Можно ли не пускать мигрантов?», «Правильная реакция. Поджечь воду, сделать медузу или все испортить: химическая видеоигра «Медузы»»). Кроме этого, мы предполагаем, что с их помощью журналисты завуалировано заявляют о своей позиции («Двузвон или миропомазание? Тест на знание основ православной культуры», «Помоги Путину успеть к Папе римскому»).

Игровые формы начинают появляться и в региональных интернет-СМИ. В Екатеринбурге портал «Znak.com» создает тесты и игры («Дача чиновника или дом знаменитости?», «Стань кандидатом: блиц-игра от Znak.com»). Они имеют те же функции, которые мы упомянули выше.

Четвертую общность средств составляют мультимедийные проекты или многостраничные сторителлинги. Они состоят из информационных страниц, заполненных базовыми мультимедийными элементами, связанными между собой, например, с помощью игры. Яркие образцы таких проектов созданы командой «Первого канала». Один из них посвящен документальному проекту «Путешествия Познера и Урганта». При выборе Италии пользователю предлагается карта городов европейской страны. После нажатия на любой из них анимационная машина с Владимиром Познером и Иваном Ургантом начинает движе-

ние. Затем появляется фото, видео и цитата о выбранном городе. Другой интерактивный проект «Бродский не поэт» можно отнести к многостраничным лонгридам. Он рассказывает о жизни Иосифа Бродского, по которой можно перемещаться с помощью интерактивного интерфейса.

Таким образом, в современной интернет-журналистике средства мультимедиа предоставляют сотрудникам редакций большой простор для творчества. В ближайшем будущем следует ожидать дальнейшего развития новейших информационных технологий и углубления их интеграции с традиционной журналистикой.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Галустьян А. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики / Галустьян А., Кульчицкая Д. // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. – Екатеринбург, 2016. – С. 179–205.
2. Кирия И. Что такое мультимедиа? // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. – Москва, 2010.
3. Кульчицкая Д. Ю. Мультимедиа и СМИ // Вопросы теории и практики журналистики. – 2012. – № 2. – С. 100–105.
4. Булаева М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый журналистский жанр [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/multimediynny-longrid-kak-novyy-zhurnalistskiy-format>.
5. Волкова И. И. Игровые форматы мультимедийной журналистики [Электронный ресурс]. – URL: <http://cyberleninka.m/article/n/igrovyie-formaty-multimediynoy-zhurnalistiki>.
6. Назарян Ж. Д. Мультимедиа как вид искусства [Электронный ресурс]. – URL: <https://sibac.info/conf/innovation/lix/58483>.
7. Начало производство интерактивного видео [Электронный ресурс] // РИА Новости. – URL: [https://ria.ru/news\\_company/20121219/915413831.html](https://ria.ru/news_company/20121219/915413831.html).

**А. В. Зайцева**

### **АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНТЕРНЕТ-ТЕЛЕКАНАЛА «РУССКИЙ ЭКСТРИМ»**

В нашей стране все чаще стали открываться новые спортивные залы, все ярче становится пропаганда здорового образа жизни. В школьную программу включают занятия по военно-спортивному воспитанию, в Олимпийские игры – новые виды спорта (например, скалолазание). В России активно развивается спортивное просвещение.

Однако, наряду с привычными для общественности видами спорта, набирают обороты и экстремальные. Обратимся к ключевому понятию «экстремальный». В словаре С. И. Ожегова сказано: «Экстремальный, -ая, -ое (книжн.). Выходящий за рамки обычного; чрезвычайный по сложности, трудности, опасности и т. п.» [1; с. 1359]. Основной причиной, почему люди интересуются экстремальными видами спорта, является то, что они, как правило, практикуются в свободной или неконтролируемой среде, как, например, бейсджампинг или скайдайвинг. По этой причине понимание законов физики, а также знание того, каких правильно использовать, имеют решающее значение для успеха.